

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СЕМЕЙНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

А. С. Панова

профессор кафедры предпринимательского и корпоративного права

Московского государственного юридического университета имени О. Е. Кутафина (МГЮА),

доктор юридических наук, профессор

albina_2005@rambler.ru

В статье представлена правовая характеристика института семейного предпринимательства в России. Показаны перспективы его использования для развития национальной экономики. Сделан вывод о том, что в подавляющем большинстве случаев он представлен субъектами малого и среднего предпринимательства, семейный бизнес можно отнести к разряду «массового предпринимательства». Наблюдается недостаточность нормативно-правового регулирования отношений в области семейного предпринимательства, в том числе технического регулирования, регулирования отношений, связанных с продвижением созданных в рамках семейного предпринимательства товаров (работ, услуг) на потребительский рынок при помощи электронных платформ.

Ключевые слова: семейное предпринимательство; правовое обеспечение; субъекты малого и среднего предпринимательства; качество продукции семейных предприятий; электронная торговля.

Семейные предприятия в условиях нестабильной глобальной экономики становятся опорой для многих регионов России. По данным Министерства экономического развития Российской Федерации, в 2024 г. они обеспечили 35% ВВП страны, а к 2025 г. их роль продолжит расти [1]. По подсчетам Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, на начало 2025 г. больше 74 % предприятий малого и среднего бизнеса в стране – это семейные компании. Речь о тех организациях, в которых заняты два и более членов одной семьи. Всего на начало 2025 г. в России зафиксировано 6,6 млн предприятий малого и среднего бизнеса, из них почти 4,9 млн – семейные [2].

Популярность семейного бизнеса следует связывать, в первую очередь, с возможностью создания «собственного общего дела», стремлением воплотить в жизнь общие бизнес-проекты, идеи. Увлекать может интерес к созданию «семейного бренда» как особой семейной ценности. Вместе с тем, «реально оценить масштабы семейного предпринимательства в России не позволяет отсутствие официальных статистических данных» [3, с. 27], несмотря на то, что «сейчас члены семьи принимают самое активное и непосредственное участие в предпринимательских правоотношениях» [4, с. 146].

Наряду с положительными моментами, которые характеризуют современную ситуацию с семейным бизнесом, можно указать на существование и некоторых негативных обстоятельств. Так, в современных условиях семейный бизнес находится в недостаточно благоприятной окружающей среде, проявляющейся в воздействии целого ряда объективных (социальных, политических, экономических, правовых, культурных) факторов, испытывает влияние субъективных факторов, связанных с личностными свойствами предпринимателей (боязнь начинать бизнес из-за страха провала, недостаточный уровень профессиональной и управленческой компетентности и т.д.) [5, с. 11].

Говоря о семейном бизнесе в России следует отметить, что в подавляющем большинстве случаев он представлен субъектами малого и среднего предпринимательства, в этой связи семейный бизнес можно отнести к разряду «массового предпринимательства». Существуют исследования, доказывающие особую роль массового предпринимательства как фактора экономического роста [6, с. 536].

Предпринимательство не следует отождествлять с малым и средним или только с частным бизнесом. Социально ориентированная рыночная экономика предполагает их сотрудничество и кооперацию с государственным предпринимательством и крупным бизнесом [7]. В современных условиях требуется усиливать развитие форм сотрудничества малого и среднего семейного предпринимательства с государством и крупным бизнесом. Например, развивать программы партнёрства с государственными корпорациями, доступ к корпоративным закупкам таких корпораций, а также государственных компаний, публично-правовых компаний и др., участие в поставках продукции для федеральных государственных нужд и т.п.

Необходимо полностью согласиться с тем, что главным условием успешного развития предпринимательства является не неограниченная частная собственность, а свободный доступ к продукции, информации и кредитам в правовой экономике [8, с. 276]. В этой связи одна из задач законодателя «видится в создании комфортной правовой среды для семейного предпринимательства» [9, с. 53].

Несмотря на активное развитие в России семейного бизнеса констатируем сохраняющуюся недостаточность правового регулирования общественных отношений в этой сфере. В большинстве случаев отсутствуют специальные нормативные правовые акты о семейном предпринимательстве. Имеющиеся немногочисленные акты носят, в основном, доктринальный, программный характер (например, Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 г., утвержденная Распоряжением Правительства Российской Федерации от 2 июня 2016 г. № 1083-р). И несмотря на то, что «по большому счету они используются для выражения общей политики государства в той или иной области общественных отношений и (или) государственного управления» [10, с. 488], сложившаяся на сегодня практика разработки, принятия и реализации стратегических документов не в достаточной степени отвечает потребностям времени [11, с. 22–23].

Как справедливо отмечено в юридической литературе, в «отечественном законодательстве сформировался специальный правовой режим деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства» [12, с. 338], содержание которого составляет «совокупность установленных законом особенностей нормативного правового регулирования деятельности малых и средних предприятий в виде сочетания средств воздействия на указанных субъектов с целью достижения определенных государством целей» [13, с. 26]. Предполагается, что действие такого правового режима возможно распространять и на субъектов семейного предпринимательства [12, с. 338]. На наш взгляд, в современных условиях такой подход является оправданным и во-многом продиктован недостаточностью специальных норм о семейном предпринимательстве.

Положительным фактом является то, что понятия, связанные с семейным предпринимательством, находят свое закрепление в региональном законодательстве. Так, впервые в 2022 г. в Нижегородской области посредством внесения изменений и дополнений в Закон Нижегородской области № 171-З от 5 декабря 2008 г. «О развитии малого и среднего предпринимательства в Нижегородской области» введен новый вид малого и

среднего предпринимательства – семейное предприятие, гарантируется оказание поддержки таким предприятиям. По существу аналогичные законоположения закреплены в Рязанской, Владимирской, Тамбовской, Кировской областях, в Республике Башкортостан, в Камчатском крае и Якутии. Активная работа в этом направлении ведется в Ставропольском крае, Кемеровской, Тульской и Курской областях, Республике Татарстан, Пермском крае и Свердловской области [14].

В связи с имеющейся недостаточностью нормативно-правового регулирования отношений в области семейного предпринимательства определенные сложности могут возникать с «вычленением» из общего числа судебных споров дел, касающихся специфики именно семейного предпринимательства. Исследование данной категории дел могло бы способствовать не только успешному развитию хозяйственной практики семейного предпринимательства, но и способствовать разработке соответствующего законодательства.

Изучение хозяйственной практики в области семейного предпринимательства показывает, что если ранее малое семейное предпринимательство сосредотачивалось в значительной степени на приобретении товаров у изготовителей и последующей их перепродаже, то в настоящее время приоритет имеет изготовление собственной продукции и ее последующая реализация, а также выполнение работ, оказание услуг. Наиболее востребованными направлениями семейного предпринимательства в наши дни являются: выращивание фермерской продукции и ее реализация; оказание образовательных услуг, их продвижение на рынок; создание и продажа антивирусных продуктов ИТ-среды; оказание услуг в сфере туризма, гостиничного дела; изготовление и реализация косметической продукции; выпечка хлеба [14]. Распространенным сегодня является пошив одежды, осуществляемый «семейными» ателье. Таким образом, наблюдается укрепление и развитие такого направления в области предпринимательской деятельности как семейный бизнес.

Представляется, что семейные предприятия могли бы играть более существенную роль в создании инноваций и обеспечении устойчивого развития национальной экономики в силу их ориентированности на долгосрочное выживание и успех, а не на краткосрочную прибыль. Семейные компании могут играть важную роль и в поддержании занятости, обеспечивать значительное количество рабочих мест, что является важным для сохранения социальной стабильности [15]. Вопросы обеспечения качества продукции семейных компаний подпадают под сферу действия законодательства о техническом регулировании, и, если в отношении продукции установлены обязательные требования, такая продукция должна им соответствовать. Как показывает изучение практики, семейные предприятия часто отличаются высоким качеством продукции. Это обусловлено тем, что такие компании ориентированы на долгосрочные результаты и стремятся к улучшению своих продуктов, процессов и технологий.

Среди факторов, которые могут влиять на качество продукции семейных предприятий можно отметить следующие:

- *консервативный подход к управлению*: для семейных предприятий характерно меньше долгов и осторожность в инвестировании капитала [16];
- *отсутствие мотивации использовать некачественное сырье*, поскольку в дальнейшем это отразится на имидже компаний. Для таких предприятий характерна взаимозаменяемость и желание работать на общий результат. Такая компания более стабильна, качество выпускаемой ею продукции отличается высоким уровнем [17];
- *репутация бренда*: включение собственного имени в название торговой марки делает продукцию заслуживающей доверия в глазах потребителей [16].

Несомненно, что созданные в рамках семейного предпринимательства товары (работы, услуги) требуют своего продвижения к потребителям. На этом этапе востребованной становится такая отрасль материального производства как торговля. Верно то, что «торговля является наиболее «подвижным» видом предпринимательской деятельности» [18, с. 53], однако успех торговых операций во многом зависит от правильной организации торгового оборота, предполагающей сегодня в том числе внедрение элементов цифровизации. В юридической литературе обосновано утверждается, что хотя операции товародвижения носят и при любых условиях будут носить реальный характер, документальное оформление и сопровождение этих операций неизменно будет перенесено в сеть Интернет [19, с. 68]. Таким образом, во-первых, очевидным представляется ожидаемое усиление цифровизации процессов торгового оборота, во-вторых, торговый оборот все больше будет перемещаться в сферу электронной торговли (*e-commerce*). Это характерно для семейного предпринимательства.

Российский законодатель в вопросах правового регулирования электронной торговли стремится проявлять осторожность и «идет по пути внесения частичных изменений в многочисленные нормативные акты» [20, с. 46]. В свою очередь глобальные электронные платформы заинтересованы в сохранении статус-кво и стремятся к саморегулированию [20, с. 44–45]. Так, в России разработаны и действуют «Стандарты по взаимодействию маркетплейсов с продавцами товаров», «Стандарты по взаимодействию маркетплейсов с владельцами пунктов выдачи заказов». Стандарты приняты в целях саморегулирования интернет-торговли, они призваны защищать продавцов, большинство из которых – представители малого и среднего бизнеса. Считается, что стандартизация в серьезной степени может улучшить качество работы маркетплейсов, снизить их конфликты с поставщиками и контрагентами, улучшить взаимодействие с потребителями. В этой связи в настоящее время ведутся работы по разработке семейства национальных стандартов (ГОСТов) для работы маркетплейсов [21]. Как верно утверждается, «нужно установить «прозрачные» правила для владельцев маркетплейсов, выступающих сильной стороной в договорных отношениях с другими участниками онлайн-продаж на цифровых платформах» [22, с. 151].

Таким образом, представляется, что развитие семейного предпринимательства в России осложняется имеющейся недостаточностью нормативно-правового регулирования данной сферы общественных отношений, а также определенным дефицитом правового регулирования электронной коммерции.

Библиографический список

1. Кондакова, Т. Семейный бизнес 2025: тренды, вызовы и стратегии роста / Т. Кондакова // allestate.pro/news. – URL: <https://allestate.pro/news/11.04.2025/semeynyj-biznes-2025-trendy-vyzovy-i-strategii-rosta>. – дата публ. : 11.04.2025.
2. Скрып, А., Как ТПП России и Татарстан решили вместе лоббировать «семейный бизнес» в Москве /А. Скрып, А., Е. Малиновская // business-gazeta. – URL: <https://www.business-gazeta.ru/article/666720.html>. – дата публ. : 20.03.2025.
3. Ершова, И. В. Семейное предпринимательство: в поисках баланса интересов семьи и государства /И. В. Ершова // Вест. Ун-та имени О. Е. Кутафина (МГЮА). – 2024. – № 8. – С. 26–34.
4. Левушкин, А. Н. Реорганизация семейных компаний в Великобритании и Испании как вектор прогрессивного развития семейного предпринимательства в России / А. Н. Левушкин // Вест. Ун-та имени О. Е. Кутафина (МГЮА). – 2023. – № 8. – С. 145–154.

5. Сазонова, А. П. Семейный бизнес как форма предпринимательской деятельности: автореф. дис. ...канд. экон. наук: 5.4.2. / Сазонова Анастасия Петровна; Моск. гос. ун-т имени М. В. Ломоносова. – М., 2024. – 30 с.
6. Жигунов, А. П. Массовое предпринимательство как база модернизации экономики / А. П. Жигунов // Проблемы современной экономики. – 2010. – № 2. – С. 534 –536.
7. Абалкин, Л. И. Заметки о российском предпринимательстве / Л. И. Абалкин. – М. : Прогресс-Академия , 1994. – 128 с.
8. Курс переходной экономики / под ред. Л. И. Абалкина. М., 1997. – 647 с.
9. Ершова, И. В. Семейный бизнес – явление уникальное и не до конца изученное // Семейный бизнес в правовом пространстве России : моногр. / Отв. ред. И. В. Ершова, А. Н. Левушкин. – М. : Проспект, 2020. – 624 с.
10. Мушинский, М. А. Стратегии, концепции, доктрины в правовой системе Российской Федерации: проблемы статуса, юридической техники и соотношения друг с другом / М. А. Мушинский // Юридическая техника. – 2015. – №9. – С. 488–499.
11. Зубарев, С. М. Стратегические акты управления в области обеспечения национальной безопасности / С. М. Зубарев // Вест. Ун-та имени О. Е. Кутафина (МГЮА). – 2022. – № 11. – С. 21–29.
12. Семейное предпринимательство: современное состояние и перспективы правового регулирования / Левушкин А. Н // Актуальные проблемы предпринимательского права: учебник / отв. ред. И. В. Ершова. – М: Проспект, 2021. – Гл. 9. – С. 338.
13. Ершова, И. В. Специальный правовой режим деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства: доктринальные и законодательные подходы / И. В. Ершова // Журн. предпринимательского и корпоративного права. – 2016. – № 2. – С. 22–26.
14. В России растет число семейных компаний / Союз «Новороссийская торгово-промышленная палата». – URL: <http://novorossiysk.tpprf.ru/ru/news/537817/> (дата обращения: 06.03.2025).
15. Закиров, А. Модель Mittelstand: семейные предприятия и их вклад в немецкую экономику / А. Закиров // vc.ru. – URL: <https://vc.ru/id2410926/955199-model-mittelstand-semeinye-predpriyatiya-i-ih-vklad-v-nemeckiyu-ekonomiku>. дата публ. : 20.06.2025.
16. Стоит ли выстраивать семейный бизнес в России // URL: <https://companies.rbc.ru/news/LiqW8qNAb6/stoit-li-vyistraivat-semejnyij-biznes-v-rossii/> (дата обращения: 20.06.2025).
17. Выживают ли семейные предприятия: помочь правительства или печальные перспективы? // yarosonline. : события и новости – URL: <https://www.yarosonline.ru/novosti/obshhestvo/semeynye-predpriyatiya-v-rossii/> (дата обращения: 15.06.2025).
18. Андреева, Л. В. Современные правовые проблемы развития торговой инфраструктуры / Л. В. Андреева // Законы России: опыт, анализ, практика. – 2023. – № 4. – С. 50–56.
19. Цветков, И. В. Договорное регулирование товарного рынка: тенденции и перспективы в свете цифровизации экономики и использования современных технологий / И. В. Цветков, С. Ю. Филиппова // Закон. – 2019. – № 5. – С. 66–75.
20. Сергеева, О. В. Электронная торговля в архитектуре нормативного регулирования: поиск баланса интересов / О. В. Сергеева // Право. Журн. Высш. шк. экономики. – 2024. – № 2. – С. 23–50.
21. ГОСТы для маркетплейсов появятся в России в 2025 году // alta.ru – URL: https://www.alta.ru/external_news/111215/(дата обращения: 15.06.2025)
22. Андреева, Л. В. Согласование интересов участников товарных цифровых платформ (маркетплейсов): правовые проблемы / Л. В. Андреева // Вест. Ун-та имени О. Е. Кутафина (МГЮА). – 2024. – № 8. – С. 149–157.